



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADEMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES

ESTRATEGIAS COMPETITIVAS PARA LAS PYMES
EXPORTADORAS DE ROPA DEPORTIVA DE LIMA EN 2015

TESIS PARA OBTENER EL TITULO PROFESIONAL DE:
ADMINISTRADOR DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

AUTOR:

Carlos Miguel Velásquez Mendoza

ASESOR:

Dr. Sabino Muñoz Ledesma

LINEA DE INVESTIGACION

Comercio internacional

LIMA-PERU

2016

PAGINA DEL JURADO

PRESIDENTE

VOCAL

SECRETARIO

DEDICATORIA

Se lo dedico a mis dos madres, quienes son las que me apoyan incondicionalmente, a quienes agradezco de corazón por cada segundo que me han dedicado, y estoy seguro que su amor me ha dado las ganas y fuerzas para poder concluir esta meta. Las amo

A la vida que me enseñó a conocer mis fortalezas y debilidades, a mis amigos que influyen en mí positivamente, y a todo aquel que ha aportado para que yo sea quien soy ahora. Gracias

AGRADECIMIENTO

Agradezco de manera especial a los docentes de la Universidad Cesar Vallejo, por haberme apoyado durante este proceso, también a mis compañeros por compartir sus conocimientos y mutuamente crecer como profesionales y personas, y a los empresarios que pudieron brindarme un poco de su tiempo para obtener los resultados de esta investigación.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo VELASQUEZ MENDOZA , CARLOS MIGUEL con DNI N° 71220308, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Negocios Internacionales, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y autentica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad Cesar Vallejo.

Carlos Miguel Velásquez Mendoza

PRESENTACION

Señores miembros del jurado, presento ante ustedes la tesis titulada ESTRATEGIAS COMPETITIVAS PARA LAS PYMES EXPORTADORAS DE ROPA DEPORTIVA DE LIMA EN 2016, con la finalidad de determinar en qué medida los confeccionistas y/o empresarios toman en cuenta las estrategias competitivas al momento de participar en el mercado extranjero, en cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo para obtener el Título Profesional de Administrador de Negocios Internacionales.

Esperando cumplir con los requisitos de aprobación.

VELASQUEZ MENDOZA, CARLOS MIGUEL

ÍNDICE

PÁGINA DEL JURADO.....	II
DEDICATORIA.....	III
AGRADECIMIENTO.....	IV
DECLARACIÓN DE AUTENCIDAD.....	V
PRESENTACIÓN.....	VI
ÍNDICE.....	VII
RESUMEN.....	IX
ABSTRACT.....	X
I INTRODUCCIÓN.....	1
1.1. Realidad Problemática.....	1
1.2. Trabajos previos.....	5
1.2.1. Variable: Estrategias competitivas.....	6
1.3. Teorías relacionadas al tema.....	8
1.3.1. Estrategias competitivas.....	8
1.3.1.1 Estrategias competitivas según Mathews.....	8
1.3.1.2 Estrategias competitivas según Porter.....	9
1.3.1.2.1 Liderazgo por costos.....	12
1.3.1.2.2 Diferenciación.....	12
1.3.1.2.3 Enfoque.....	13
1.4. Formulación del problema.....	13
1.4.1. Problema principal.....	13
1.4.2. Problemas específicos.....	13
1.5. Justificación del estudio.....	14
1.6. Objetivos.....	14
1.6.1. Objetivo principal.....	14
1.6.2. Objetivos específicos.....	14
II. MÉTODO.....	15
2.1. Diseño de investigación.....	15
2.2. Variables y Operacionalización.....	16
2.3. Población y Muestra.....	17
2.3.1 Población.....	17
2.3.2 Muestra.....	17
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	17
2.4.1. Técnica.....	17
2.4.2. Instrumento.....	18
2.4.3. Validez.....	18
2.4.4. Confiabilidad.....	18
2.5. Métodos de análisis de datos.....	19
2.6. Aspectos éticos.....	19
III. RESULTADOS.....	20
3.1. Descripción de los datos.....	20
3.1.1. Variable: Estrategias Competitivas.....	20
3.1.1.1. Dimensión 01: Liderazgo por costos.....	22
3.1.1.2. Dimensión 02: Diferenciación.....	23
3.1.1.3. Dimensión 03: Enfoque.....	24

IV.	DISCUSIÓN.....	26
V.	CONCLUSIONES.....	27
VI.	RECOMENDACIONES.....	28
VII.	REFERENCIAS.....	29
ANEXOS		31
Anexo 01	Matriz de consistencia.....	31
Anexo 02	Instrumento de recolección de datos.....	32
Anexo 03	Validez de los expertos.....	33
Anexo 04	Tabla Confiabilidad.....	35

RESUMEN

Esta investigación tomo como población a las 66 Pymes exportadoras de ropa deportiva y se utilizo como muestra a 30 Pymes exportadoras de ropa deportiva de Lima en 2016. El tipo de investigación fue aplicada, donde el nivel de investigación fue descriptivo con un diseño de investigación no experimental. Asimismo esta investigación tuvo como objetivo principal determinar en qué medida las pymes exportadoras de ropa deportiva de Lima utilizan a las Estrategias competitivas, donde los resultados mostraron que solo el 40 % de las Pymes encuestadas presentan una utilización “Buena “de las estrategias competitivas, mientras que el 60% restante las utilizan en una medida “Regular”.

Palabras clave: Estrategias Competitivas, Pyme, Exportación

ABSTRACT

This research took as population to 66 SMEs exporting sportswear and used as sample 30 SMEs exporting sportswear Lima in 2016. The research was applied, where the level of research was descriptive with a research design not experimental. Also this research had as main objective determine the extent to exporting SMEs sportswear Lima used the competitive strategies where the results showed that only 40% of SMEs surveyed have a "good" use of competitive strategies, while the remaining 60% use them in a measure "Regular".

Key words: Competitive strategies, SMEs, export